

NHẬN DIỆN CÁC NHÂN TỐ QUYẾT ĐỊNH SỰ CHẤP NHẬN DỊCH VỤ TRÍ TUỆ NHÂN TẠO TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

Bùi Thị Thanh Nga

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

Email: bttnga@hueuni.edu.vn

Ngày nhận bài: 15/12/2025; ngày hoàn thành phản biện: 02/3/2026; ngày duyệt đăng: 20/3/2026

TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm nhận diện các nhân tố quyết định sự chấp nhận dịch vụ trí tuệ nhân tạo (AI) trong lĩnh vực thương mại điện tử tại Việt Nam, một thị trường đang chứng kiến sự bùng nổ về chuyển đổi số. Dựa trên khung lý thuyết Mô hình chấp nhận công nghệ mở rộng, nghiên cứu áp dụng phương pháp định lượng thông qua việc thu thập dữ liệu khảo sát từ 621 người tiêu dùng tại các đô thị lớn của Việt Nam. Kết quả phân tích nhân tố khám phá đã xác định được bốn nhân tố then chốt có tác động tích cực đến sự chấp nhận của người dùng, bao gồm: niềm tin vào AI, kỳ vọng hiệu suất, kỳ vọng nỗ lực và sự quen thuộc với AI. Từ những phát hiện thực nghiệm này, bài viết đề xuất các doanh nghiệp cần chuyển dịch trọng tâm chiến lược sang việc minh bạch hóa hoạt động của AI nhằm củng cố niềm tin, đồng thời không ngừng tối ưu hóa hiệu suất để thúc đẩy hành vi sử dụng của khách hàng.

Từ khóa: AI, dịch vụ trí tuệ nhân tạo, sự chấp nhận, thương mại điện tử, Việt Nam.

1. MỞ ĐẦU

Nền kinh tế số Việt Nam đang chứng kiến bước chuyển dịch mang tính cấu trúc, từ giai đoạn phát triển sơ khởi sang giai đoạn bùng nổ thực sự. Theo báo cáo năm 2024 của Google, Temasek và Bain & Company, quy mô thị trường bán lẻ trực tuyến tại Việt Nam ước tính cán mốc 32 tỷ USD vào năm 2025. Sự phát triển này có tính nền tảng vững chắc khi DataReportal ghi nhận tỷ lệ thâm nhập Internet đã đạt 78,8%, tương đương 79,8 triệu người dùng - một nguồn cầu khổng lồ cho các giao dịch số. Thực tế thị trường 9 tháng đầu năm 2025 càng củng cố nhận định này khi Metric báo cáo tổng giá trị giao dịch (GMV) trên 4 sàn thương mại điện tử (TMĐT) lớn (Shopee, TikTok Shop, Lazada, Tiki) đạt 305,9 nghìn tỷ VND, tăng trưởng ấn tượng 34,35% so với cùng kỳ, với gần 2 tỷ đơn hàng được giao thành